

## Раздел 2. Политическая коммуникация

УДК 94+81'271  
ББК ТЗ(4Гем)62

ГЧНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

А. И. Зверев A. I. Zverev  
Москва, Россия Moscow, Russia

**НЕКОТОРЫЕ ВЕРБАЛЬНЫЕ  
И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ  
ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА ГЕРМАНИИ  
ВРЕМЕН ТРЕТЬЕГО РЕЙХА**

**Аннотация.** Рассматриваются наиболее яркие особенности политического дискурса Германии времен Третьего рейха. Анализируются некоторые вербальные и невербальные методы и приемы, которые были использованы при создании нескольких политических образов Адольфа Гитлера.

**Ключевые слова:** политический дискурс в Германии; вербальные и невербальные знаки; Третий рейх.

**Сведения об авторе:** Зверев Антон Игоревич, аспирант.

Место учебы: Институт русского языка имени В. В. Виноградова Российской академии наук.

**Контактная информация:** 119019, г. Москва, Волхонка 18/2.

e-mail: [zverevanton@mail.ru](mailto:zverevanton@mail.ru).

**SOME VERBAL  
AND NON-VERBAL PECULIARITIES  
OF POLITICAL DISCOURSE IN GERMANY  
IN THE THIRD REICH PERIOD**

**Abstract.** The article considers some of the most remarkable characteristics of political discourse in Germany of the Third Reich period. The author analyses certain verbal and nonverbal methods, which were used to create some of the political images of Adolf Hitler.

**Key words:** political discourse in Germany; verbal and nonverbal signs; Third Reich.

**About the author:** Zverev Anton Igorevitch, Post-graduate Student.

Place of employment: V. V. Vinogradov Russian Language Institute of the Russian Academy of Sciences.

В данной статье рассматриваются некоторые особенности политического дискурса в Германии в период 20—40-х гг. XX в. Важное для нас представляется упрочить положение невербальных факторов (невербальных знаков), дополняющих сущность политического дискурса. Исследователи политических текстов (письменных или произносимых публично), как правило, не учитывают наличие невербальной составляющей в политическом выступлении, поскольку она, во-первых, является дополнением к произносимому тексту или вовсе отсутствует в письменной коммуникации (постановлениях, заявлениях, обращениях), во-вторых, часто носит ситуативный характер или присуща отдельным политическим деятелям, в-третьих, не является в чистом виде проблемой, рассматриваемой в лингвистике. Мы полагаем, что привлечение и анализ невербальных знаков — это необходимая составляющая полноценного изучения политического дискурса.

Данное исследование мы будем вести в рамках политической лингвистики, науки на стыке политологии и лингвистики. Основная гипотеза, которая является ключом к написанию данной статьи, заключается в особом понимании предмета политической лингвистики, к которому мы относим как политическую речь, так и некоторые особенности ее произнесения.

Предметом политической лингвистики чаще всего называют «политический дискурс» или «политическую коммуникацию». В рамках данной работы нет принципиаль-

ной разницы между этими понятиями. Например, Е. И. Шейгал [Шейгал 2004: 22] предлагает использовать их как равнозначные. Наша статья будет освещать некоторые особенности политического дискурса в Германии времен Третьего рейха. Мы постараемся показать сложность и многозначность, которая стоит за определением термина «политический дискурс». Е. И. Шейгал отмечает, что семиотическое пространство политического дискурса «включает в себя специализированные знаки — как вербальные (политические термины, антропонимы и пр.), так и невербальные (политические символы и пр.), а также неспециализированные знаки, изначально номинативно не ориентированные на данную сферу общения, однако, вследствие устойчивого функционирования в ней, приобретающие свою содержательную специфику (это, в частности, относится к личным местоимениям)» [Шейгал 2004: 29]. При комплексном рассмотрении вербальных и невербальных знаков следует принимать во внимание не только факт политической речи, но и особенности ее реализации (место, время, условия), эффективность некоторых невербальных приемов и значение действий, носящих ритуальный характер.

П. Б. Паршин, говоря о предмете политической лингвистики, понимает под ним «своеобразие того, что, как, кому и о чем говорит тот или иной субъект политического действия» [Паршин 1999].

Д. Грейбер также отмечает, что специфика политического языка заключается не

в особенном словарном составе: «...скорее это содержание передаваемой информации, обстоятельства, в которых происходит распространение информации (социальный контекст), и выполняемые функции» [Цит. по: Шейгал 2004: 28].

В книге Е. Кормилицыной «Йозеф Геббельс. Особенности нацистского пиара» рассказывается об одном выступлении лидера национал-социалистической партии А. Гитлера. Текст подобного выступления, несомненно, должен рассматриваться в рамках политической лингвистики, поскольку имеет политическую направленность и носит исключительно пропагандистский характер. Однако нас интересует не только сам текст, а еще и контекст, в котором он был произнесен: во-первых, это выступление происходило на определенном этапе политической карьеры А. Гитлера. Во-вторых, его агитационная речь была направлена на круг адресатов, превосходящий все предыдущие по количеству слушателей. В-третьих, кроме словесной формы, выступление содержало невербальный компонент: политическая речь прерывалась звоном колоколов, что имело определенное значение в религиозной Германии. Кроме того, звон колоколов был одним из средств формирования определенного политического образа А. Гитлера в глазах общественности. Все перечисленные дополнения к факту произнесения политической речи, по нашему мнению, не могут быть учтены, если исходить из определения предмета политической лингвистики как речевой деятельности определенного содержания, поскольку эти уточнения не имеют вербального воплощения. При этом очевиден тот факт, что подобные характеристики, усиливающие значение произносимой речи, являются вторичными по отношению к самой речи.

Термин «политический дискурс» включает в себя понятие «дискурс», при этом определение «политический» выполняет прежде всего локализирующую роль. Е. И. Шейгал приводит такую формулу для определения понятия «дискурс» [Шейгал 2004: 22]: «дискурс = подъязык + текст + контекст». Если применить эту формулу к нашему примеру, то «текст» — это текст выступления А. Гитлера, «подъязык» — определенный набор лексических единиц, более частое употребление некоторых грамматических конструкций, тропов и фразеологии, которые отличают политическую речь, например, от бытовой, а «контекст» — это все факты, сопутствующие выступлению, например его день или место. Определяя значение термина «дискурс», В. З. Демьянков указывает, что дискурс «часто, но не всегда, концентриру-

ется вокруг некоего опорного концепта; создает общий контекст, описывающий действующие лица, объекты, обстоятельства, времена, поступки и т. п., определяясь не только последовательностью предложений, сколько тем общим для создающего дискурс и его интерпретатора миром, который строится по ходу „развертывания“ дискурса... Элементы дискурса: излагаемые события, их участники, перформативная информация и «не-события», т. е. а) обстоятельства, сопровождающие события; б) фон, пояснительные события; в) оценка участников события; г) информация, соотносящая дискурс с событиями» [Демьянков 1982: 7]. Такое понимание свойств дискурса стимулирует исследователей обращать внимание на контекст (или на конситуацию), обрамляющий какой-либо концепт, т. е. учитывать факторы вроде звона колоколов при выступлении А. Гитлера, сравнение политика с историческими или эпическими героями, рассматривать присягу политических лидеров не только с точки зрения текста, но и с точки зрения совершаемого поступка.

Отсутствие единообразия в понимании границ политической лингвистики (в том числе ее предмета) и единой терминологической базы у данной научной дисциплины делает ее крайне подвижной, что позволяет исследователям привлекать результаты изучения политической коммуникации смежных дисциплин.

Выбор периода 20—40-х гг. XX в. в Германии для изучения особенностей политической коммуникации обусловлен несколькими факторами:

1. Политический язык Третьего рейха — это один из «дискурсов, на которых развивалась политическая лингвистика» [Баранов 2001: 246].

2. На указанный период в мировой истории пришлись события, последовавшие сразу за Первой мировой войной, и Великая Отечественная война. Э. В. Будаев и А. П. Чудинов замечают, что в череде событий XX в. точкой отсчета для становления политической лингвистики стала Первая мировая война, которая привела к невиданным человеческим потерям и кардинальному изменению мироощущения человечества [Будаев, Чудинов 2008: 11].

3. Первые исследования, результаты которых значимы для политической лингвистики, появились после Первой мировой войны, когда был накоплен колоссальный пропагандистский материал, который было необходимо всесторонне изучить и осмыслить.

4. Политическая ситуация 20—40-х гг. XX в. в Германии способствовала выделению од-

ного из важнейших направлений в развитии политической лингвистики, а именно изучения взаимосвязи и взаимообусловленности стиля политического общения и политического режима. Особенности этой взаимосвязи проявляются в следующих комбинациях: демократический строй и демагогия (демагог в значении «народный политик») в Америке, диктатура и диффамация, агитация, пропаганда в фашистской Германии. Этот период мы считаем достаточно важной точкой, когда происходит осознание того, что в зависимости от модели управления государством политическая коммуникация ведется по определенному шаблону. Так, например, демократия предполагает общение политика с избирателем на равных, а диктатура — навязывание политиком своей точки зрения народу.

5. Указанный период в Германии характеризуется активным применением методов классической риторики (создание эффекта сопричастности, эффекта общности), социолингвистики (вербальное влияние на одну страту населения посредством другой), когнитивной лингвистики (метафорические модели), а также применением методов политического пиара (создание политического мифа) и политической пропаганды (тиражирование в СМИ определенного политического образа).

Таким образом, период 20—40-х гг. XX в. является уникальным для исследователей политической лингвистики, поскольку фашистский политический режим высветил всю систему реально существующих и активно применяемых методов навязывания государством определенной идеологии народу.

Если мы постараемся обобщить только языковые особенности политической коммуникации Третьего рейха, выявленные в результате изучения корпуса политических и пропагандистских текстов, то начать следует со стилистических приемов.

Немецкий филолог В. Клемперер дает общую характеристику языка Третьего рейха, называя его «скудным» (нем. *bettelarm*) и «монотонным» (нем. *eintönig*) [Klemperer 1947: 25]. Также он отмечает, что большинство политических речей того времени (напечатанных в газете или произнесенных публично) содержит большое количество однообразных и повторяющихся фраз. В книге «Йозеф Геббельс. Мефистофель усмехается из прошлого» приводится цитата Й. Геббельса: «Революции двигали вперед не великие писатели, а великие ораторы!» Напомним, что в Третьем рейхе существовал отдел, занимающийся отбором и обучением партийных ораторов. Каждого оратора

«натаскивали» на произнесение текстов единой идеологической направленности с использованием ограниченного списка средств. Поэтому неудивительно, что публичные речи были схожи как по форме, так и по содержанию.

Далее упомянем аббревиацию (например, Knif — нем. *kommt nicht in Frage* 'не может быть и речи', Kakif — нем. *kommt auf keinen Fall in Frage* 'ни в коем случае не может быть и речи', Поро — нем. *Penne ohne Pause oben!* 'Желаю тебе сна наверху без перерывов!'), которая активно применялась в пропагандистских выступлениях. Сокращенное название военной техники («Фау» от «*Vergeltung*» — нем. 'возмездие'), родов войск (SS — нем. *Schutzstaffeln* 'эсэсовские отряды', SA — нем. *Sturmabteilung* 'нацистские штурмовые отряды', HJ — нем. *Hitlerjugend* 'гитлерюгенд') было в своем роде универсальным определителем «своих» и «чужих». Всплеск образования аббревиатур кажется закономерным в ситуации, когда правящая элита страны состоит преимущественно из военных и происходит милитаризация населения. Это подтверждается появлением большого количества новых молодежных национал-социалистических движений в Германии рассматриваемого периода: «Гитлерюгенд», «Союз немецких девушек», «Союз девочек», «Пимпф», «Вервольф» и пр. В стране, в которой армия является самой серьезной организацией, пронизывающей все слои населения, принцип лапидарности в языке является основополагающим. J. Makowski говорит о военной терминологии и солдатском жаргоне как об источниках большого количества заимствований в текстах СМИ времен Третьего рейха, приводя такие примеры слов, вышедших за рамки своего подъязыка: *vernichten* (нем. 'уничтожать'), *Schwert* (нем. 'меч'), *stürmisch* (нем. 'бурный'), *siegen* (нем. 'побеждать'). В качестве примера распространения солдатских жаргонизмов приведем такие, как *Göttersitz* (нем. 'резиденция Бога' — обозначение главной штаб-квартиры вождя) и *Sardienbüchse* (нем. 'банка сардин' — обозначение танка; подробнее см.: [Makowski]).

Также отметим появление в рассматриваемый период в Германии большого количества газет, журналов и пропагандистских листов, в названии которых использованы слова, непосредственно относящиеся к теме войны, военной агрессии: *Der Stürmer* 'штурмовик', *Der Angriff* 'Атака', *Das schwarze Korps* 'Черный корпус', *Der Kämpfer* 'Борец' и др.

При активных социальных изменениях резко меняется и лексический состав языка данной общности. Исследователь немецкого

языка 1930—1940-х гг. Х. Орловски (H. Orłowski) установил три основных подъязыка, за счет которых шло масштабное лексическое обогащение текстов СМИ, а именно:

1) военный вокабуляр (нем. «militärisches Vokabular»);

2) биологическая терминология (нем. «biologisch-organologische Terminologie»);

3) религиозно-культовая терминология (нем. «religiös-kultische Terminologie») [Цит. по: Makowski].

Так, при обсуждении вопроса взаимоотношения народов и рас в текстах СМИ того времени стали активно использоваться такие термины из биологии и генетики, как *селекция*, *исчезновение* (в результате естественного отбора), *паразит*, *культура* (бактерий) и т. д. Религиозная сфера дала такие выражения, как *fanatisch* (нем. 'фанатичный'), *Heil* (нем. 'благо') и т. д.

20—40-е гг. XX в. в Германии — один из ярких периодов активного наступления языкового пуризма. Возвращение к германским корням было важнейшим идеологическим средством сплочения народа. Большому количеству новых явлений и понятий старались подобрать немецкий вариант названия, в том числе в ущерб удобству произнесения или благозвучию. Так, *Radio* заменяли на *Volksempfänger*, вместо *Rektor* использовали слово *Hochschulführer*, а вместо *Jurist* — *Rechtswahrer*. Пуристическое течение довольно скоро было ликвидировано, поскольку, например, слово *Propaganda* прочно укоренилось в сознании народа, и заменить его на *Werbung* было невозможно. С. Борк (S. Bork) отмечает, что пуристические тенденции изжили себя, поскольку А. Гитлер сам часто употреблял заимствованные слова, «что придавало его речам псевдонаучность» [Bork 1970: 96].

В. Клемперер, подмечая пуристические тенденции, упоминает о моде в Германии 30—40-х гг. на сложные исконно немецкие имена, приводя в пример имя *Heidrun*. На сайте [www.beliebte-vornamen.de](http://www.beliebte-vornamen.de) представлены статистические данные о популярности мужских и женских имен в Германии с 1890 по 2010 г. Если рассмотреть 100 популярных женских и мужских имен в 1940—1949 гг., то можно обнаружить, что исконно германскими являются 44 % мужских имен и 16 % женских. В нашу выборку попали имена, имеющие древненемецкое происхождение, которые зафиксировал Э. Фёстеманн (Ernst Förstemann) в книге 1856 г. «Altdeutsches Namenbuch», например: *Wolf*, *Gerhard*, *Gisela*. Также в выборку попали имена, состоящие из двух германских корней: *Wolfgang*, *Herbert*, *Waltraud*, *Gudrun*. Вне нашей

выборки остались: а) заимствованные имена (*Maria*, *Mohammed*); б) сложные, преимущественно женские имена, образованные сложением двух простых имен (*Rosemarie*, *Hannelore*); в) краткие формы имен при наличии полных (*Christa* от *Christine*, *Karin* от *Katharina*).

Таким образом, в 1940—1949 гг. мальчиков предпочитали называть германскими именами примерно в половине случаев, а девочкам давали германские имена примерно в каждом пятом случае. Нам кажется, что этого недостаточно для заключения о значительном росте популярности именно старых германских имен.

В. Клемперер также подробно говорит о «жаргоне» Третьего рейха, приводя конкретные примеры расширения лексического значения некоторых слов, например: *aufziehen* (прямое значение — заводить игрушку, приобретенное значение — заводить/дразнить человека). В. Клемперер также отмечает глагол *plakatieren*, который, помимо основного значения «вывешивать плакат», приобрел значение «заводить человека».

Исследователи немецкого языка интересующего нас периода указывают на *темпоральную пейоративность* ряда слов как яркую особенность политической коммуникации. Речь идет о словах вроде *Fanatismus*, *Fanatiker*, *fanatisch*, которые изначально имели негативную стилистическую оценку. Заимствованные из религиозно-культовой области лексемы *Fanatismus*, *Fanatiker*, *fanatisch* приобретают в политических речах Третьего рейха дополнительное значение («eifrig», нем. 'ревностный') и положительную стилистическую окраску. Так, в газетах Третьего рейха были нередки такие выражения: *fanatische Vaterlandsliebe* 'фанатичный патриотизм', *unsere fanatische Mitkämpfer* 'наши фанатично преданные союзники' [Цит. по: Bork 1970: 23]. Кроме того, С. Борк отмечает, что пейоративное значение приобрели слова с приставкой *leistungs-*, например *Leistungswille* 'стремление добиться успехов' [S. Bork 1970: 27].

Для политической речи Третьего рейха характерны яркие концептуальные метафоры, например техническая метафора. В. Клемперер приводит цитаты из газеты «Das Reich» [Клемперер 1998: 201]: *мотор, работающий на предельных оборотах* (нем. *ein immer auf Hochtouren laufender Motor*), *Город держит колею* (нем. *Es spurt schon wieder*), *с полной нагрузкой* (нем. *voll ausgelastet*). Также были популярны сравнения человека с аппаратом, техническим прибором или инструментом, что отмечает С. Борк, приводя такие примеры: *eingegliedert*, *eingesetzt*, *organisiert*, *ge-*

*prägt, geformt, gleichgeschaltet* [Bork 1970: 17]. Эти причастия образованы от следующих глаголов: *зшелонировать, вводить, организовать, чеканить, формировать, унифицировать*. В русском языке это не очевидно, но С. Борк указывает, что данные глаголы в немецком языке не имели коллокации со словами «человек», «люди», а с приходом национал-социалистической партии к власти в Германии эти причастия стали употребляться преимущественно в сочетании со словом «человек» и его аналогами.

Приведем и яркие театральные метафоры, взятые из книги Е. Брамштеде, Г. Френкеля, В. Манвелла: «Видимо, будет целесообразно также создать в некоторых регионах марионеточные правительства, которые будут проводить нужные нам непопулярные меры» [Брамштеде, Франкель, Манвелл 2000: 178]. Использование персонажа кукольного театра, в данном примере подчеркивает «несамостоятельность» и «зависимость» будущих государств от правительства Третьего рейха.

Очень экспрессивным элементом политического языка рассматриваемого периода являются лозунги и девизы: *Arbeit macht frei* (Работа делает свободным), *Jedem das seine* (Каждому свое), *Deutschland über alles* (Германия прежде всего), *Kraft durch Freude* (Сила через радость), *Ein Volk, ein Reich, ein Führer* (Один народ, один рейх, один фюрер), *Wir bleiben Kameraden* (Мы остаемся товарищами) и пр.

Эти примеры могут служить кратким, но емким описанием особенностей политического дискурса в Третьем рейхе. Все отмеченные черты носят исключительно вербальный характер, и создается впечатление, что ими исчерпываются особенности политической коммуникации 20—40-х гг. XX в. в Германии. Однако мы придерживаемся того мнения, что подобных примеров недостаточно для полноценного анализа политической речи данного периода, поскольку языковой материал в контексте той эпохи выступает лишь средством описания реальных политических действий.

Е. Кормилицина, говоря о методах, которые использовал Й. Геббельс для пиара А. Гитлера, особенно выделяют такие: персонификация и стереотипизация. Персонификация — это процесс и результат сведения действий партии к личности ее руководителя, вождя (по-немецки *Führer*). Не вызывает сомнений тот факт, что Третий рейх ассоциируется в первую очередь именно с именем А. Гитлера, а политические решения национал-социалистической партии нередко

приравнивают к политическим решениям конкретного человека — ее лидера. Метод персонификации Е. Шейгал считает важным аспектом знаковой сущности политика [Шейгал 2004: 98].

Наиболее ярким в лингвистическом плане мы считаем другой метод — метод стереотипизации. Стереотипизация — психологическое воздействие с помощью создания иллюзорных стереотипов. Мы будем придерживаться мнения, что иллюзорные стереотипы и «политический миф» — это синонимичные понятия. Е. Шейгал также связывает этот метод со знаковой сущностью политика, отмечая, что, создавая какой-либо политический стереотип, политик «создает свой имидж или подыгрывает тому имиджу, который для него разработан» [Шейгал 2004: 98].

Методом стереотипизации активно пользовался Й. Геббельс, сравнивая А. Гитлера, например, с героем германо-скандинавского эпоса Зигфридом: «...фюрер как новый Зигфрид, не колеблясь, пролил кровь врагов, чтобы избавить страну от грязных предателей и мятежников!» [Брамштеде, Френкель, Манвелл 2000: 224].

Следующее сравнение — с Фридрихом Великим, фильм о котором был показан в 1942 г., что как бы намекало на сходство фюрера и короля [См. подр.: Брамштеде, Френкель, Манвелл 2000: 245—246].

Третье сравнение — это параллель с Бисмарком: «Недоброжелатели и скептики уже убедились, что Гитлер взял в свои руки дело, начатое Бисмарком, и полон решимости довести его до конца!» [Брамштеде, Френкель, Манвелл 2000: 219].

Эти параллели в языковом плане дают нам лишь один стилистический прием, а именно сравнение. О. Н. Паршина относит такие сравнения к тактике отождествления, которая является одним из важнейших средств стратегии самопрезентации [См. подр.: Паршина 2012: 42—50]. В лингвокультурологическом плане эти сравнения значат намного больше, поскольку затрагивают ключевых героев германской истории: Зигфрид — герой эпический, Фридрих Великий — исторический, Бисмарк — политический. С точки зрения политической лингвистики эти сравнения возносят фигуру А. Гитлера на идеологическую высоту, упрощают его позиции среди избирателей, способствуют принятию политической программы партии.

Прежде чем приступить к пиару политической фигуры А. Гитлера, Й. Геббельс создает несколько «образов» вождя, чтобы потом выбрать самый значимый и усиленно его пропагандировать. Е. Кормилицина на-

зывает этот процесс «созданием мифа о фюрере» [Кормилицына 2001: 31]. Самые распространенные образы («мифы») были отмечены Робертом Э. Герцштейном: «Студентам и интеллектуалам представлялся Гитлер в качестве художника и архитектора, оторванного от своей учебы в 1914 году необходимостью служить нации. Для особ сентиментальных у Геббельса имелся Гитлер, который питал любовь к детям. Рабочим он подавал Гитлера — рабочего. Перед ветеранами Гитлер представлялся в образе Неизвестного солдата Первой мировой войны» [Герцштейн 1996: 66].

Геббельс создал еще несколько разных «политических мифов»: «Спаситель Германии», «народный Канцлер», «Освободитель». Используя все доступные и подчиненные ему средства (как министру пропаганды ему были подвластны газеты, периодические издания, книги, радио и кинофильмы), он сумел расположить разные слои населения к А. Гитлеру и обеспечить триумфальную победу национал-социалистической партии на выборах в рейхстаг. Использование приема стереотипизации оказалось чрезвычайно действенным, и Й. Геббельс решил усилить его путем создания «божественного образа». В языковом плане это выражалось в различных агитационных материалах. Например, Е. Кормилицына упоминает о таком факте: «...достаточно сказать, что питомцы детских садов начинали свой день с молитвы, являвшейся по сути вольным пересказом „Отче наш“, где фюрера благодарили за „хлеб наш насущный“. Принципиальное отличие „модифицированной“ молитвы заключалось в том, что слово „Бог“ заменялось на выражение „Гитлер, мой Гитлер, посланный Богом...“» [Кормилицына 2011: 33]. Другой пример упоминает Ц. Корнер (C. Körner): «Das Rollenbild der Frau und Mutter in der fotografischen Darstellung in der NS-Zeit im Rahmen österreichischer Bildquellen — Ein fragmentarischer Einstieg»:

«...Herr Gott, gib unserm Führer Kraft,  
Der Arbeit, Brot und Frieden schafft.  
Gib unserm Volk reinen Willen,  
Das, was er fordert, zu erfüllen.  
Denn Du hast ihn ja selbst gesandt  
Zur Rettung dem bedrückten Land...»

[Körner 2008: 160].

В. Клемперер зафиксировал текст пропагандистской листовки, в котором значилось: «Торжественный час с 13.00 до 14.00. В тринадцатый час Адольф Гитлер придет к рабочим».

В. Клемперер говорит об «Исповедании веры Адольфа Гитлера» (нем. *Glauben an Adolf Hitler*) [Klemperer 1947: 110], называя

«Mein Kampf» не иначе как «подлинное немецкое Евангелие» (нем. *das eigentliche Evangelium der Deutschen*) [Klemperer 1947: 122]. Самого А. Гитлера В. Клемперер называет «der Herr» (одно из значений этого немецкого слова — ‘Господь, бог’), «der Erlöser» (нем. ‘Спаситель’), «der Heiland» (нем. ‘Спаситель’), «der Allmächtige» (нем. ‘Всемогущий Бог’) и пр. Эти примеры В. Клемперер замечал за СМИ 30—40-х гг. XX в. и считал частью политического пиара А. Гитлера.

Мы тоже можем отметить стилистические средства, используемые в пиаре политического деятеля в различных пропагандистских материалах: религиозные символы, библейская лексика, отрывочные цитаты из Библии.

Но нам кажется, что вербальная сторона такого сравнения является сопутствующей, главная роль отводится именно поступкам, формирующим миф об А. Гитлере как о Боге. Снова упомянем историю про колокольный звон во время речи Гитлера. Геббельс записал в дневнике: «...in der letzten Strophe übertönt vom Glockenläuten des Königsberger Doms...» («...ее последнюю строфу заглушает перезвон колоколов Кенигсбергского собора») [Цит. по: Klemperer 1947: 119].

Нам кажется, что невербальная (сопутствующая вербальной) сторона этого выступления политического лидера значительно дополняет и усиливает эффект вербальной. Безусловно, исключив фактор колокола, мы все же можем изучить текст выступления, его задачи и цели, а также способы и средства, с помощью которых можно достичь этих целей. Но более широкое понимание предмета политической лингвистики позволяет нам изучать политический дискурс, в котором равнозначны речевое и неречевое поведение политика (вербальные и невербальные знаки), и тем самым помогает увидеть причинно-следственные связи, кроющиеся за любым политическим выступлением. Так, библейский стиль и библейская лексика нам кажутся следствием (и средством) более обширного пиар-метода стереотипизации личности (сравнение с Богом), а аббревиатуры, повторы и метафоры, основанные на сравнениях с механизмами, — следствием персонификации вождя и военного лидера. Вышеперечисленные особенности относятся к основным стилистическим средствам политического пиара и пропаганды, а рассматривая невербальную сторону политической коммуникации, мы можем установить дополнительные методы, используемые в политическом пиаре.

Обобщим основные методы (вербальные и невербальные) политического пиара

и пропаганды, использовавшиеся во время Третьего рейха.

1. Создание эффекта сопричастности (формирование образов, резонирующих с разными социальными сферами, например, А. Гитлера как интеллигента, А. Гитлера как военного и пр.).

2. Формирование образа, который резонирует с каждым человеком (образ Абсолюта или Бога).

3. Использование драматического эффекта (звон колоколов во время выступления), драматическое построение политического выступления.

4. Влияние на один социальный слой населения через другой. Например, влияние на родителей через детей (ср. брошюру «Гитлер и дети», предположительно 1941 г. издания, и ряд плакатов вождя с детьми).

5. Максимально простое изложение фактов в публичном выступлении. Это предполагает многочисленные повторы, речевые штампы и клише.

6. Исторические параллели (параллель с Зигфридом, Фридрихом Великим, Бисмарком).

7. Новая терминология как характерная черта новой идеологии. Следствием внутренней политики национал-социалистической партии Германии в XX в. стало появление новых реалий германского общества. Например, идеологическое воспитание детей в милитаристическом русле получило название «Hitlerjugend» — нем. 'гитлеровская молодёжь'. Новая структура войск времен Третьего рейха сделала узнаваемыми аббревиатуры «СС», «СА».

Безусловно, перечисленные особенности не составляют полного описания свойств политического дискурса Третьего рейха. Но эти особенности, несомненно, указывают на необходимость изучения языковой и неязыковой реализации политического дискурса.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику : учеб. пособие. — М. : Эдиториал УРСС, 2001.

2. Брамштеде Е., Френкель Г., Манвелл Р. Йозеф Геббельс — Мефистофель усмехается из прошлого. — Ростов н/Д : Феникс, 2000.

3. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая лингвистика. — М. : Флинта : Наука, 2008.

4. Герцштейн Р. Э. Война, которую выиграл Гитлер. — Смоленск : Русич, 1996.

5. Демьянков В. З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. Вып. 2. Методы анализа текста. — М. : Всесоюз. центр переводов ГКНТ и АН СССР, 1982.

6. Клемперер В. LTI. Язык Третьего рейха: записная книжка филолога. — М. : Прогресс-Традиция, 1998.

7. Кормилицина Е. Йозеф Геббельс. Особенности нацистского пиара. — М. : ОЛМА Медиа Групп, 2011.

8. Паршин П. Б. Понятие идиополитического дискурса и методологические основания политической лингвистики. URL: [www.elections.ru/biblio/lit/parshin.htm](http://www.elections.ru/biblio/lit/parshin.htm) (дата обращения: 02.04.2013).

9. Паршина О. Н. Российская политическая речь: теория и практика / под ред. О. Б. Сиротининой. Изд. 3-е. — М. : ЛИБРОКОМ, 2012.

10. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М. : Флинта : Наука, 2008.

11. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М. : ИТДГК «Гнозис», 2004.

12. Bork S. Mißbrauch der Sprache. Tendenzen nationalsozialistischer Sprachregelung. — Bern : Francke, 1970.

13. Klemperer V. LTI — Lingua Tertii Imperii. Notizbuch eines Philologen. — Berlin : Aufbau-Verlag, 1947.

14. Körner C. Das Rollenbild der Frau und Mutter in der fotografischen Darstellung in der NS-Zeit im Rahmen österreichischer Bildquellen — Ein fragmentarischer Einstieg. — Wien : Universität Wien, 2008.

15. Makowski J. Zur Sprache Im Nazionalsozialismus. URL: [http://www.lingua.amu.edu.pl/lingua\\_articles\\_13.html](http://www.lingua.amu.edu.pl/lingua_articles_13.html) (дата обращения: 02.04.2013).

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Л. П. Крысин**